

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengambilan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan. Pemilihan lokasi didasarkan karena Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan adalah salah satu desa yang yang memiliki potensi penghasil susu terbesar di Kabupaten Pasuruan.

3.2 Pengambilan Sampel

Responden dalam penelitian ini yaitu para peternak yang menghasilkan susu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan yaitu sebanyak 984 peternak. Untuk pengelola, metode penentuan responden yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*, dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam responden dilakukan dengan sengaja, adapun catatannya responden harus *representative* atau mewakili populasi. (Soekartawi, 1995). Proses *sampling* akan berhenti bilamana jumlah sampel dianggap telah memadai sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Selain itu sampel penelitian ini yaitu dari pengepul dan KUD.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2002). Dalam penelitian ini jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 32 peternak. Adapun yang menjadi landasan atau dasar dari jumlah pengambilan sampel adalah pendapat dari

Arikunto (2006:120) yang mengatakan: Apabila subyeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya lebih dari 100 maka sampel yang diambil antara 10%-15% atau 20%-25% tergantung dari luas wilayah, dana, waktu dan tenaga. Dalam penelitian ini jumlah sampel diambil sebanyak 10% dari jumlah peternak yang menghasilkan susu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan yaitu sebanyak 32 peternak.

Sampel untuk pengepul dengan menggunakan teknik *sampling snowball* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar sociogram berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap lingkaran mewakili satu respon dan atau kasus, dan garis-garis Menunjukkan hubungan antar responden atau antarkasus (Neuman, 2003).

3.3. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu meliputi data primer dan data sekunder, dan masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan peternak yang menghasilkan susu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan

dalam hal ini mengenai margin pemasaran produk susu. Data primer dalam penelitian ini yaitu mengenai besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan susu.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencatatan terhadap laporan maupun dokumen dari instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan yaitu mengenai jumlah peternak dan gambaran umum peternakan sapi perah di Kabupaten Pasuruan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg, dalam (Sugiyono, 2002) mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur (peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh sehingga peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan), wawancara semi terstruktur (pelaksanaan wawancara lebih bebas, dan bertujuan untuk menemukan pemasalahan secara lebih terbuka dimana responden dimintai pendapat dan ide-idenya), dan wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara dilakukan kepada peternak yang

menghasilkan susu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan pada tanggal 1 Juni 2018 untuk mendapatkan informasi sebagai pendukung penelitian.

Pengisian kusioner dilakukan secara langsung yaitu melalui tanya jawab langsung secara mendalam (*in-dept interview*) dengan responden, sehingga peneliti mendapatkan informasi lebih lengkap dan data yang akurat. Selain itu, apabila terdapat informasi-informasi lain diluar pertanyaan di dalam kuisisioner yang menunjang penelitian juga akan melengkapi laporan penelitian.

b. Observasi

Menggunakan teknik pengumpulan data wawancara semi terstruktur, peneliti juga melakukan observasi. Menurut Sutrisno Hadi (*dalam* Sugiyono, 2002) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi ini merupakan pengamatan peneliti secara langsung kepada objek yang diteliti guna memperoleh data situasi di daerah penelitian. Observasi dilakukan di daerah penelitian dengan cara wawancara langsung peternak untuk mengetahui rantai pasok susu. Metode observasi ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data primer dan memberikan data penunjang (sekunder) untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari metode wawancara, baik sebelum maupun sesudah pelaksanaan wawancara.

c. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono (2002) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Metode pengumpulan data ini untuk mengumpulkan data sekunder. Pada

penelitian ini data sekunder dapat diperoleh dari Dinas Peternakan Kabupaten Pasuruan. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu mengenai profil peternak yang menghasilkan susu di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan sehingga dapat digunakan untuk mendukung penelitian yang digunakan.

3.4 Metode Analisis Data

Mengetahui saluran pemasaran susu sapi di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu prosedur pencatatan untuk menggambarkan dan melukiskan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada (Budiman & Agus, 2013). Tujuan yang ingin dicapai dari penggunaan teknik analisis deskriptif yaitu untuk mengupayakan penelitian dengan cara menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat dari suatu fakta pada peristiwa yang terjadi dalam penelitian yaitu untuk mengetahui saluran produk susu sapi di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan.

Menghitung margin pemasaran peternak susu sapi di Kecamatan Puspo Kabupaten Pasuruan yaitu margin pemasaran merupakan perbedaan harga di antara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran, atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dengan jumlah yang diterima produsen atas suatu produk pertanian yang diperjualbelikan pada waktu, volume, dan kualitas yang sama dan secara matematis dapat disajikan sebagai berikut:

1. Biaya, Keuntungan, dan Margin Pemasaran
 - a. Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran susu segar dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut : $B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran susu segar.

$B_{p1}, B_{p2}, B_{p3}, \dots, B_{pn}$: Biaya pemasaran susu segar tiap-tiap lembaga pemasaran susu segar.

1,2,3,...,n : Jumlah Lembaga.

b. Keuntungan Pemasaran

Besarnya keuntungan pemasaran susu segar dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut : $K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$

Keterangan :

K_p : Keuntungan pemasaran susu segar $K_{p1}, K_{p2}, K_{p3}, \dots$

K_{pn} : Keuntungan pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran susu segar.

- c. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang diterima oleh peternak produsen dengan harga yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir. Besar kecilnya perbedaan harga ditingkat konsumen akhir akan dipengaruhi oleh: banyak lembaga pemasaran yang ikut dalam proses pemasaran, panjang atau pendeknya saluran yang dilalui dan jarak pasar. Secara sistematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut: $M_p = P_r - P_f$

Keterangan :

M_p : Margin pemasaran susu segar (Rp/liter).

P_r : Harga susu segar ditingkat konsumen (Rp/liter).

Pf : Harga susu segar yang diterima produsen (Rp/liter).

Margin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut: $M_p = B_p + K_p$

Keterangan :

M_p : Margin pemasaran susu segar (Rp/liter).

B_p : Biaya pemasaran susu segar (Rp/liter).

K_p : Keuntungan pemasaran susu segar (Rp/liter).

